

ALLEGATO 3

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM80U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche:

- 50.50.A – Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione;
- 50.50.B – Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione con annessa stazione di servizio.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un’impresa.

A tale scopo, nell’ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell’espletamento dell’attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM80).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 13.295. I questionari restituiti sono stati 12.384, pari al 93,1% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 2.410 questionari, pari al 19,5% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 (10 miliardi di lire);
- quadro B del questionario (unità locali destinate all’attività di vendita) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- esercizio dell’attività commerciale in più punti di vendita;
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d’acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 9.974.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell’analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un’analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un’*Analisi in Componenti Principali*¹;
- un procedimento di *Cluster Analysis*².

¹ L’Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene gli stessi dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare undici gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza il comparto del commercio al dettaglio di carburante per autotrazione.

Nel settore in esame è attualmente in corso un processo di riorganizzazione che dovrebbe portare, da un lato, ad una maggiore concentrazione dei punti vendita, e dall'altro, ad una maggiore presenza di punti vendita che offrono alla clientela servizi aggiuntivi quali bar, lavaggio, piccole riparazioni meccaniche. Nonostante tale processo di riorganizzazione, è emerso che un elevato numero di operatori (in prevalenza di piccole dimensioni) non offre alcun servizio aggiuntivo. Nell'ambito di tale gruppo, le imprese sono state suddivise in base al volume e alla tipologia di carburante erogato:

- chioschi ovvero punti vendita con un basso erogato annuo (cluster 4);
- stazioni di rifornimento con un elevato erogato annuo che non offrono o che non gestiscono direttamente servizi aggiuntivi (cluster 1);
- stazioni di rifornimento specializzate nell'erogazione del GPL (cluster 5).

L'analisi ha, inoltre, evidenziato una specializzazione delle imprese per tipologia e dimensione (in termini di addetti, spazi, dotazione di beni strumentali) del servizio offerto. In particolare, è emerso che le imprese in esame offrono alla propria clientela i seguenti servizi aggiuntivi rispetto all'erogazione del carburante:

- bar di piccole dimensioni (cluster 6);
- bar di grandi dimensioni (cluster 7);
- bar e ristorante (cluster 3);
- lavaggio auto di piccole dimensioni (cluster 2);
- lavaggio auto di grandi dimensioni (cluster 8);
- officina di riparazioni meccaniche ed elettriche di piccole dimensioni (cluster 9);
- officina di riparazioni meccaniche ed elettriche di grandi dimensioni (cluster 11);

² La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

- riparazione e sostituzione dei pneumatici (cluster 10).

CLUSTER 1 – STAZIONI DI RIFORNIMENTO

NUMEROSITÀ: 1.587

Al cluster appartengono le imprese che pur avendo un elevato erogato medio annuo (circa 1,4 milioni di litri di benzina e poco meno di 1 milione di litri di gasolio) non offrono i cosiddetti “servizi complementari” alla clientela. Non è tuttavia da escludere (soprattutto per le stazioni di maggiori dimensioni) che tali servizi siano presenti ma non gestiti direttamente.

La principale modalità di vendita è quella tradizionale con pagamento all'addetto (54% dei litri erogati) anche se gli operatori di questo cluster si caratterizzano per un elevato impiego delle postazioni self-service: self-service con pre pagamento tramite apparecchi elettronici (14% dei litri erogati), “fai da te” con post pagamento all'addetto (18%) e self-service con post pagamento alle casse (13%). La superficie destinata all'erogazione del carburante è mediamente pari a circa 300 mq.

Le stazioni che formano il cluster, di proprietà della compagnia petrolifera nel 64% dei casi, sono localizzate prevalentemente in aree urbane (61% dei casi) ed extraurbane (31%).

Il cluster è formato prevalentemente da ditte individuali (64% dei casi) che complessivamente occupano 3 addetti di cui un dipendente.

CLUSTER 2 – STAZIONI DI SERVIZIO CON IMPIANTO DI LAVAGGIO AUTO DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 1.003

Il cluster raggruppa imprese con un volume medio-alto di erogato annuo (circa 1,1 milioni di litri di benzina e 700.000 litri di gasolio) caratterizzate dalla presenza del servizio di lavaggio: automatico (91% dei casi) e manuale (32%).

I locali e/o spazi all'aperto dedicati al servizio di lavaggio auto sono pari a 115 mq. Le stazioni appartenenti al cluster dispongono di un impianto di lavaggio automatico e per effettuare il servizio vengono impiegati annualmente 250 litri di shampoo e 100 litri di cera.

Per quanto riguarda l'erogazione del carburante, le principali modalità di vendita sono quella tradizionale con pagamento all'addetto (64% circa dei litri erogati) e il self-service con pre pagamento (10%).

Le imprese che costituiscono il cluster sono suddivise quasi equamente tra ditte individuali (55% dei casi) e società (45%) e risultano occupati 3 addetti.

Le stazioni di servizio appartenenti al cluster sono ubicate prevalentemente in aree urbane (62% dei casi) ed extraurbane (34%).

CLUSTER 3 – STAZIONI DI SERVIZIO CON BAR E RISTORANTE

NUMEROSITÀ: 58

Le stazioni di servizio appartenenti al cluster si caratterizzano per l'offerta di un'ampia gamma di servizi complementari: bar (gestito direttamente nel 81% dei casi), ristorante con una dotazione media di 15 posti a sedere (gestito direttamente nell'83% dei casi), servizio di lavaggio automatico (45%) e manuale (19%), vendita di giornali (41%) e tabacchi (45%).

Nelle stazioni di servizio appartenenti al cluster sono presenti spazi destinati all'erogazione del carburante (in media 357 mq), locali destinati ad altri servizi quali bar, ristorazione, vendita di giornali e tabacchi (59 mq), locali e/o spazi all'aperto destinati a lavaggio auto (88 mq per il 53% dei soggetti).

Il cluster è formato prevalentemente da società (60% dei casi) che occupano complessivamente 4 addetti di cui 1 o 2 dedicati all'attività di bar/ ristorazione, vendita di giornali e tabacchi.

L'erogato medio annuo è elevato (circa 1,1 milioni di litri di benzina, 900.000 litri di gasolio) e la distribuzione del carburante avviene prevalentemente attraverso una colonnina ad erogazione doppia e 2 colonnine erogatrici multiprodotto.

Le stazioni di servizio appartenenti al cluster (per il 70% di proprietà della compagnia petrolifera) sono ubicate in prevalenza in aree extraurbane (53% dei casi) mentre una piccola percentuale degli operatori (3%) si trova lungo la rete autostradale (autostrada, tangenziale, raccordo).

CLUSTER 4 – CHIOSCHI

NUMEROSITÀ: 4.852

Il cluster è formato da imprese con un basso erogato medio annuo (circa 600.000 litri di benzina e 275.000 di gasolio) che non offrono servizi complementari.

Per l'erogazione del carburante sono dotati di una o due colonnine a singola o doppia erogazione (non sono presenti colonne erogatrici multiprodotto) e la superficie destinata all'erogazione del carburante è mediamente pari a circa 150 mq.

Coerentemente con le piccole dimensioni, si tratta principalmente di ditte individuali (85% dei casi) gestite dal solo titolare, a volte coadiuvato da un collaboratore.

La modalità di vendita adottata è quasi esclusivamente quella di tipo tradizionale con pagamento all'addetto (96% dei litri erogati).

CLUSTER 5 – STAZIONI DI RIFORNIMENTO SPECIALIZZATE NELL'EROGAZIONE DI GPL

NUMEROSITÀ: 297

Il cluster raggruppa le stazioni di rifornimento caratterizzate dalla specializzazione nella distribuzione di GPL (1,1 milioni di litri). L'erogato degli altri carburanti è inferiore alle media del settore (circa 600.000 litri di benzina e 500.000 litri di gasolio).

Coerentemente con la natura del prodotto trattato, la superficie di erogazione del carburante è superiore alla media (circa 540 mq).

L'erogazione del carburante avviene quasi esclusivamente in modo tradizionale (88% dei litri erogati) e non sono generalmente offerti servizi complementari.

Le imprese appartenenti al cluster sono in prevalenza ditte individuali (59%) e occupano complessivamente 3 addetti di cui un dipendente.

I soggetti appartenenti al cluster gestiscono in prevalenza impianti convenzionati (41% dei casi) o di proprietà della compagnia petrolifera (32%). Le stazioni di rifornimento sono localizzate in prevalenza nelle zone extraurbane (62% dei casi) e nei centri urbani (33%).

CLUSTER 6 – STAZIONI DI SERVIZIO CON BAR DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 435

Al cluster appartengono imprese con volume medio-alto di erogato annuo (circa 1 milione di litri di benzina e 800.000 litri di gasolio) che si caratterizzano per il servizio bar. Si tratta di un bar a gestione diretta di piccole dimensioni (circa 40 mq) con un consumo medio di caffè contenuto (188 Kg) che dispone di una macchina per caffè espresso, una lavastoviglie e banchi frigo con una capacità media di circa 200 litri. Nel 35% dei casi effettuano la vendita di tabacchi.

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (54% dei casi) in cui risultano occupati 3 addetti di cui uno è impiegato nel servizio bar.

La superficie destinata all'erogazione di carburante è pari a 300 mq.

Nel 47% dei casi sono presenti locali e/o spazi destinati a lavaggio auto che occupano in media 100 mq.

L'erogazione del carburante avviene in prevalenza con la modalità tradizionale di pagamento all'addetto (64% dei litri erogati).

Le imprese che formano il cluster sono localizzate in prevalenza in aree extraurbane (49% dei casi) e in aree urbane (47%).

CLUSTER 7 – STAZIONI DI SERVIZIO CON BAR DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 160

Il cluster raggruppa imprese con un elevato erogato annuo (circa 1,4 milioni di litri di gasolio e 1,3 milioni di litri di benzina) che si caratterizzano per l'offerta di diverse tipologie di servizi e per la presenza di un bar gestito direttamente al quale si aggiunge la vendita di tabacchi (82% dei casi) e di giornali (52%).

Il locale destinato al servizio bar occupa in media 60 mq e la dotazione di beni strumentali comprende una lavastoviglie, una macchina per caffè e banchi frigo con una capacità media di circa 500 litri; il consumo medio di caffè è elevato (567 kg).

Si tratta in prevalenza di società (55% dei casi) in cui risultano occupati 5 addetti di cui 2 o 3 sono impiegati nel servizio bar e nella vendita di giornali e tabacchi.

La modalità di vendita prevalente è quella tradizionale (50% dei litri erogati), ma è particolarmente significativo il peso del self service con post pagamento all'addetto (22%).

A testimonianza del maggior grado di modernizzazione, la distribuzione del carburante avviene prevalentemente attraverso 2 colonnine ad erogazione doppia e 2 colonnine erogatrici multiprodotto; inoltre il 35% delle stazioni osserva un orario di apertura superiore alle 12 ore.

La superficie destinata all'erogazione del carburante è di 400 mq; nel 38% dei casi sono presenti locali e/o spazi all'aperto destinati a lavaggio auto che occupano in media 108 mq.

Il numero delle stazioni ubicate lungo la rete autostradale (10% dei casi) è più elevato della media del settore, anche se la maggior parte degli operatori si trova su strade extraurbane (52%).

CLUSTER 8 – STAZIONI DI SERVIZIO CON IMPIANTO DI LAVAGGIO AUTO DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 106

Il presente cluster si compone di stazioni di servizio dotate di impianti di lavaggio auto di grandi dimensioni, nei quali il lavaggio può essere realizzato direttamente dai clienti (il 46% delle imprese dispone di 2 stazioni di lavaggio self-service) o svolto dal personale addetto (dispongono in media di 1 impianto di lavaggio automatico). Per fornire il servizio di lavaggio si impiegano elevate quantità di shampoo (circa 1.250 litri) e cera (340 litri).

I volumi di carburante erogato sono elevati (circa 1,2 milioni di litri di benzina e 800.000 litri di gasolio). Le stazioni di servizio sono costituite da superfici destinate all'erogazione del carburante (450 mq) e locali e/o spazi all'aperto destinati a lavaggio auto (415 mq).

La maggior parte delle imprese appartenenti al cluster sono ditte individuali (57% dei casi) in cui risultano occupati 3 addetti di cui uno dedicato all'attività di lavaggio.

La modalità di vendita è in prevalenza tradizionale con pagamento all'addetto (61% dei litri erogati) ma non è trascurabile il peso del self-service con post pagamento alle casse (62% dei litri erogati per il 35% dei soggetti).

Si tratta di punti vendita localizzati nei centri urbani (67% dei casi) e in zone extraurbane (31%).

CLUSTER 9 – STAZIONI DI SERVIZIO CON OFFICINA DI RIPARAZIONE MECCANICA DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 402

Al cluster appartengono imprese con un volume medio-basso di erogato annuo (circa 800.000 litri di benzina e 400.000 litri di gasolio) che offrono servizi di riparazione meccanica ed elettrica. Il 47% degli operatori svolge anche il servizio di sostituzione e riparazione di pneumatici.

L'officina, di circa 66 mq, è dotata di un banco da lavoro e di un ponte sollevatore.

Il cluster è formato in prevalenza da ditte individuali (60% dei casi) in cui risultano occupati 2 addetti.

La modalità di vendita è quasi esclusivamente quella tradizionale con pagamento all'addetto (83% dei litri erogati) e la superficie destinata all'erogazione del carburante è pari a 257 mq. Il 63% delle stazioni di servizio è localizzato in aree urbane e il 32% in aree extraurbane.

CLUSTER 10 – STAZIONI DI SERVIZIO CON OFFICINA DI RIPARAZIONE E SOSTITUZIONE DEI PNEUMATICI

NUMEROSITÀ: 913

I soggetti appartenenti al cluster sono stazioni di servizio con un volume medio-basso di erogato annuo (circa 900.000 litri di benzina e 500.000 litri di gasolio) dotate di officina per il cambio e la riparazione dei pneumatici. La dotazione strumentale delle officine (che occupano in media 34 mq) si compone mediamente di un ponte sollevatore, un'equilibratrice e una macchina smontagomme.

Il 16% delle imprese effettua anche il servizio di riparazioni meccaniche ed elettriche.

La modalità di vendita prevalente è quella tradizionale con pagamento all'addetto (81% dei litri erogati) e la superficie destinata all'erogazione del carburante è pari a 188 mq.

Il cluster è formato in prevalenza da ditte individuali (66% dei casi) in cui risultano occupati 2 addetti.

Le imprese appartenenti al cluster sono localizzate nei centri urbani (64%) e in aree extraurbane (32%).

CLUSTER 11 – STAZIONI DI SERVIZIO CON OFFICINA DI RIPARAZIONE MECCANICA DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 117

Al cluster appartengono imprese con un volume medio-basso di erogato annuo (circa 900.000 litri di benzina e 500.000 litri di gasolio) che offrono servizi di riparazione meccanica ed elettrica. Il 47% degli operatori effettua anche il servizio di sostituzione e riparazione di pneumatici (utilizzando una superficie dedicata di 53 mq).

La dotazione dell'officina meccanica (che occupa in media 220 mq) comprende mediamente 2 banchi da lavoro, 2 ponti sollevatori, una gru idraulica, una equilibratrice e una macchina smontagomme.

Il cluster è formato in prevalenza da ditte individuali (57% dei casi) in cui risultano occupati 4 addetti di cui 2 impiegati nell'attività di manutenzione e riparazione auto.

La modalità di vendita è prevalentemente quella tradizionale con pagamento all'addetto (84% dei litri erogati). La superficie destinata all'erogazione del carburante è pari a 415 mq e i soggetti che formano il cluster sono localizzati in prevalenza in aree urbane (71% dei casi).

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla Regressione Multipla³.

È opportuno ricordare che, ai fini dell'applicazione degli studi di settore, i ricavi delle attività per le quali si percepiscono aggi o ricavi fissi vanno sempre considerati per l'entità dell'aggio percepito e del ricavo al netto del costo corrisposto al fornitore dei beni, indipendentemente dalle modalità con cui i predetti ricavi sono stati contabilizzati. Inoltre, le variabili relative al costo del venduto (esistenze iniziali, acquisti di merci e materie prime, rimanenze finali) vengono direttamente neutralizzate dal contribuente nella fase di compilazione dei modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore. Infatti, il contribuente, nella compilazione delle variabili succitate, non deve tener conto delle componenti di costo relative a generi di monopolio, valori bollati e postali, marche assicurative e valori simili e ai generi a ricavo fisso (ad esempio schede telefoniche, abbonamenti, biglietti e tessere per i mezzi pubblici, viacard, tessere e biglietti per parcheggi), nonché ai carburanti ed ai beni commercializzati dai rivenditori in base a contratti estimatori di giornali, di libri e di periodici, anche su supporti audiovideomagnetici.

Per questo motivo i dati contabili sono stati opportunamente predisposti secondo le modalità di compilazione utilizzate nella fase di applicazione dello studio.

Prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente è stato utilizzato un indicatore economico-contabile specifico dell'attività in esame:

- **valore aggiunto per addetto** = $\text{valore aggiunto}^4 / (\text{numero addetti}^5 * 1.000)$;

³ La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile dell' indicatore precedentemente definito e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per il *valore aggiunto per addetto* sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 3;
- dal 4° al 18° ventile, per i cluster 1, 2, 7, 8;
- dal 5° al 18° ventile, per i cluster 4, 5, 10, 11;
- dal 6° al 18° ventile, per i cluster 6, 9.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

La stima della “funzione di ricavo” è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

La variabile dipendente non comprende i ricavi delle attività per le quali si percepiscono aggi o ricavi fissi e, di conseguenza, sono state neutralizzate le componenti promiscue relative ad attività di vendita di generi soggetti adaggio e/o ricavo fisso.

Nella definizione della “funzione di ricavo” sono state neutralizzate le componenti promiscue relative ad attività di vendita di generi soggetti adaggio o a ricavo fisso in base al margine lordo.

I ricavi netti derivanti da attività di vendita di generi soggetti adaggio o a ricavo fisso possono essere considerati come il margine lordo relativo a dette attività.

Pertanto la neutralizzazione dei dati promiscui, relativi ad attività di vendita di generi soggetti adaggio o a ricavo fisso, può ragionevolmente essere operata in base all'incidenza dei ricavi netti derivanti da attività di vendita di generi soggetti adaggio o a ricavo fisso sul margine lordo complessivo aziendale⁶.

I dati promiscui interessati alla neutralizzazione sono stati quelli riferiti:

- al personale addetto all'attività;
- al costo per la produzione di servizi;
- alle spese per il personale dipendente;
- alle spese per acquisti di servizi;
- al valore dei beni strumentali.

Utilizzando l'incidenza sopra descritta i dati promiscui vengono depurati della componente relativa alle attività di vendita di generi adaggio o a ricavo fisso.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

⁴ Valore aggiunto = (ricavi + aggi e proventi derivanti dalla vendita di generi soggetti a ricavo fisso - costo del venduto - spese per acquisti di servizi - costo per la produzione di servizi - spese per collaboratori coordinati e continuativi).

⁵ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero
(ditte individuali) assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

numero addetti = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero
(società) assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

⁶ Il margine lordo viene calcolato come (ricavi – costo del venduto).

Il costo del venduto è pari a (esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell'allegato 3.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'Analisi Discriminante⁷;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 3.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

⁷ L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

ALLEGATO 3.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM80U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3
Totale costi : Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,1590	1,6292	1,8951
Totale costi - quota fino a 20.000 Euro	1,1799	-	-
Consumo di shampoo (litri)	-	24,6427	-
Consumo di cera (litri)	-	64,1990	-
Ponti sollevatori, esclusi quelli acquistati nell'anno	-	-	-
Macchine smontagomme, escluse quelle acquistate nell'anno	-	-	-
Mq locali destinati a officina per le riparazioni meccaniche ed elettriche + Mq locali destinati alla riparazione e/o sostituzione dei pneumatici	-	-	-
Totale costi - quota fino a 50.000 Euro	-	-	-

SM80U

VARIABILI	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Totale costi : Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,2007	1,4034	1,2619
Totale costi - quota fino a 20.000 Euro	0,7276	1,0103	-
Consumo di shampoo (litri)	-	-	-
Consumo di cera (litri)	-	-	-
Ponti sollevatori, esclusi quelli acquistati nell'anno	-	-	-
Macchine smontagomme, escluse quelle acquistate nell'anno	-	-	-
Mq locali destinati a officina per le riparazioni meccaniche ed elettriche + Mq locali destinati alla riparazione e/o sostituzione dei pneumatici	-	-	-
Totale costi - quota fino a 50.000 Euro	-	-	0,8543

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM80U

VARIABILI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Totale costi : Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,9081	1,9029	1,2630
Totale costi - quota fino a 20.000 Euro	-	-	-
Consumo di shampoo (litri)	-	12,7634	-
Consumo di cera (litri)	-	45,0737	-
Ponti sollevatori, esclusi quelli acquistati nell'anno	-	-	6481,3372
Macchine smontagomme, escluse quelle acquistate nell'anno	-	-	7252,7935
Mq locali destinati a officina per le riparazioni meccaniche ed elettriche + Mq locali destinati alla riparazione e/o sostituzione dei pneumatici	-	-	-
Totale costi - quota fino a 50.000 Euro	-	-	-

SM80U

VARIABILI	CLUSTER 10	CLUSTER 11
Totale costi : Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,2382	1,5271
Totale costi - quota fino a 20.000 Euro	-	-
Consumo di shampoo (litri)	-	-
Consumo di cera (litri)	-	-
Ponti sollevatori, esclusi quelli acquistati nell'anno	5543,6057	-
Macchine smontagomme, escluse quelle acquistate nell'anno	6359,7877	-
Mq locali destinati a officina per le riparazioni meccaniche ed elettriche + Mq locali destinati alla riparazione e/o sostituzione dei pneumatici	-	79,8271
Totale costi - quota fino a 50.000 Euro	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 3.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO B:

- Mq superficie destinata all'erogazione di carburante
- Mq locali destinati a officina per le riparazioni meccaniche ed elettriche
- Mq locali destinati alla riparazione e/o sostituzione dei pneumatici
- Mq locali e/o spazi all'aperto destinati a lavaggio auto
- Mq locali destinati a uffici e/o alla vendita di accessori auto e quanto di comfort per l'automobilista
- Mq locali destinati ad altre attività (ad esempio, bar, ristorazione, ricevitoria, vendita di giornali, tabacchi e altri articoli)
- Localizzazione (1=autostrada, tangenziale, raccordo; 2=strada extraurbana; 3=strada urbana)
- Bar (1=gestito direttamente; 2=gestito da terzi)
- Ristorante e/o self service e/o tavola calda (1=gestito direttamente; 2=gestito da terzi)
- Numero dei posti a sedere del locale di cui al rigo B19 (da indicare solo in caso di gestione diretta)

QUADRO G:

- Prodotti petroliferi: Benzine (litri erogati)
- Prodotti petroliferi: Gasolio (litri erogati)
- Prodotti petroliferi: G.P.L. (litri erogati)
- Prodotti petroliferi: Lubrificanti (litri erogati)
- Servizi offerti: Vendita di giornali
- Servizi offerti: Vendita di tabacchi
- Servizi offerti: Ricevitoria
- Altri dati: Consumo di shampoo (litri)
- Altri dati: Consumo di cera (litri)
- Altri dati: Consumo di caffè (chilogrammi)

QUADRO H:

- Modalità di vendita: Self-service con pre pagamento (tramite apparecchi elettronici) (Percentuale sui litri di carburante complessivamente erogati)
- Modalità di vendita: Self-service con post pagamento presso le casse posizionate all'interno della stazione di servizio (Percentuale sui litri di carburante complessivamente erogati)
- Modalità di vendita: "Fai da te" con post pagamento all'addetto presso le colonnine erogatrici (Percentuale sui litri di carburante complessivamente erogati)
- Addetti all'attività dell'impresa: Dipendenti - Numero giornate retribuite: - Addetti al servizio di manutenzione e riparazione auto (meccanici, elettrauto, gommisti, ecc.)
- Addetti all'attività dell'impresa: Dipendenti - Numero giornate retribuite: - Addetti al servizio di lavaggio auto
- Addetti all'attività dell'impresa: Dipendenti - Numero giornate retribuite: - Addetti ai servizi di bar/ristorazione, vendita di giornali, tabacchi, ricevitoria e altri articoli (cassieri, banconisti, ecc)

QUADRO I:

- Beni strumentali: Colonnine erogatrici multiprodotto
- Beni strumentali: Strumenti automatici di pagamento (tramite carte di credito, bancomat, banconote) per impianti self-service
- Beni strumentali: Impianti automatici per il lavaggio delle auto
- Beni strumentali: Stazioni di lavaggio auto self-service
- Beni strumentali: Macchine aspirapolvere e/o pulisci tappeti self-service
- Beni strumentali: Banchi lavoro officina
- Beni strumentali: Ponti sollevatori
- Beni strumentali: Chiavi dinamometriche
- Beni strumentali: Gru idrauliche o macchinari per il sollevamento
- Beni strumentali: Pistole stroboscopiche
- Beni strumentali: Testers con pinza amperometrica
- Beni strumentali: Equilibratrici
- Beni strumentali: Macchine smontagomme
- Beni strumentali: Macchine per la preparazione di caffè espresso
- Beni strumentali: Lavastoviglie
- Beni strumentali: Banconi bar (lunghezza complessiva in metri lineari)
- Beni strumentali: Banchi frigo (capacità complessiva in litri)